

повысить свою самооценку тем, что добавляют в «друзья» незнакомых людей и показывают им свои достоинства, демонстрируют свои наилучшие фотографии и стараются скрыть все индивидуальные недостатки. Именно за это они получают «лайки», которые для них являются показателями их популярности. Чем больше таких оценок, тем они считаются лучше. Но это лишь одна сторона медали, так как в реальной жизни дела могут обстоять иначе и вообще наоборот.

Начало развитие детей происходит в семье и именно поэтому родители должны заботиться о том, чтобы их ребенок жил реальной жизнью. В подростковом возрасте ребёнок обойдет стороной все соблазны «моды», если родители смогут развить в нем индивидуализм и лидерские качества, но если же, этого не произошло по каким-либо обстоятельствам, то не стоит откладывать с визитом к психологу-консультанту.

Библиографический список

1. *Артрит* геймеров // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://becti.net/creativ/97777-artrit-zayadlyh-geymerov.html>
2. *Дети* и социальные сети: Плюсы и минусы // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://womens-journal.ru/deti-i-socialnye-seti-plyusy-i-minusy/>
3. *Касперский Е.* Дети и соцсети. Проблема, которую лучше решить поздно, чем никогда. // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://e-kaspersky.livejournal.com/64468.html>
4. *Писарев О.* Социальные сети негативно влияют на подростков // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://supreme2.ru/socialnye-seti-negativno-vliyayut-na-podrostkov/>
5. *Самоукина Н.* Практический психолог в школе: лекции, консультирование, тренинги. М.: ИНТОР, 2010.
6. *Шаповаленко И.В.* Психология развития и возрастная психология. М.: Гардарики, 2005. 349 с.
7. *Фёдоров А.* Дети и социальные сети // [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ideafor.info/?p=3322>

Т.Н. Симакова, Н.С. Бастракова
РГППУ, г. Екатеринбург

Влияние гендерных установок на формирование мотивации профессиональной деятельности⁶

Цель исследования: Определить уровень профессиональной мотивации, учитывая гендерный аспект.

Задачи исследования:

- 1) Произвести теоретический обзор литературы.
- 2) Подобрать методики для исследования мотивации профессиональной деятельности.
- 3) Провести исследование и обработать результаты, сделав соответствующие выводы.

Гипотеза исследования: ответственность, как один из показателей профессиональной мотивации, больше выражен у девушек, нежели у юношей.

Личность мужчины и женщины в психологическом смысле характеризуется качествами, приобретаемыми и реализующимися в процессе общения, социального взаимодействия в контексте межличностных и общественных отношений. Быть мужчиной или женщиной в психологическом плане означает субъективную уверенность в том, что каждый представитель того или иного биологического пола (обладающий определенными гениталиями и телесными характеристиками) обладает специфическими личностными и поведенческими характеристиками, соответствующими этому полу.

Термин «гендер» в социально-психологическом контексте обозначает социокультурные представления о личности мужчин и женщин и индивидуальные когнитивные схемы в отношении личности людей разного пола и разных сексуальных предпочтений. Гендер создается обществом как социальная модель женщин и мужчин, определяющая их положение и роль в обществе и его институтах (семье, политической структуре, экономике, культуре и образовании, и др.). Гендерные роли – степень

⁶ Проект поддержан РГНФ – «Урал» и Правительством Свердловской области.

принятия индивидом гендерно-специфичных форм поведения, предписываемых культурой.

Гендер – это некая регуляция поведения, основанная на представлениях о нормах поведения представителей того и другого пола.

Категория гендера непостоянна, так как исторически и культурно изменяется. То, что вкладывается в содержание выражения «быть мужчиной» или «быть женщиной», изменяется от поколения к поколению, различно для разных расовых, этнических, религиозных групп, так же, как и для разных социальных слоев.

Гендерный стереотип – «упрощенный схематизированный, эмоционально окрашенный образ мужчины и женщины».

И.С. Клецина выделяет три группы гендерных стереотипов:

К первой группе относятся стереотипы маскулинности–фемининности. Мужчинам и женщинам приписываются конкретные социально–психологические качества и свойства личности, стиль поведения.

Вторая группа гендерных стереотипов связана с закреплением семейных и профессиональных ролей в соответствии с полом. Считается, что для женщин основной ролью считается семейная, для мужчин – профессиональная, соответственно, и оценка успешности личности связана с выполнением этой роли.

Третья группа гендерных стереотипов связана с половыми различиями в содержании труда. Как правило, женщине принадлежит экспрессивная сфера деятельности (исполнительский и обслуживающий труд), а мужчине – инструментальная сфера деятельности (творческий, созидательный, руководящий труд).

Мотивы, связанные с трудовой деятельностью человека, можно разделить на три группы:

- мотивы трудовой деятельности;
- мотивы выбора профессии;
- мотивы выбора места работы.

Конкретная деятельность определяется в конечном итоге всеми этими мотивами (мотивы трудовой деятельности ведут к формированию мотивов выбора профессии, а последние ведут к мотивам выбора места работы).

Мотивы трудовой деятельности Рассмотрим те побудительные причины, которые заставляют человека заниматься трудом.

Первая группа причин – побуждения общественного характера. Это и осознание необходимости приносить пользу обществу, это и желание оказывать помощь другим людям (что может проявляться в обучении детей, в лечении больных, в защите своего отечества и т. д.), это и общественная установка на необходимость трудовой деятельности («кто не работает – тот не ест»), и нежелание прослыть тунеядцем.

Вторая группа – получение определенных материальных благ для себя и семьи: зарабатывание денег для удовлетворения материальных и духовных потребностей.

Третья группа – удовлетворение потребности в самоактуализации, самовыражении, самореализации: человек не может быть бездеятельным по своей природе, а природа его такова, что он – не только потребитель, но и созидатель.

Мотивы выбора профессии Общие мотивы трудовой деятельности, о которых речь шла выше, реализуются в конкретных профессиях. Выбор профессии – довольно сложный и порой долгий мотивационный процесс: ведь от правильного выбора профессии во многом зависит удовлетворенность человека своей жизнью.

Сознательный выбор профессии происходит с ориентацией человека на имеющиеся у него социальные ценности. Ряд людей выбирают профессию из-за интереса к ней, и нередко этот интерес имеет романтический характер, навеянный литературой, увиденным фильмом, телепередачей.

Склонность к определенному типу деятельности может проявляться в разных видах труда (профессиях), а это значит, что она еще не предопределяет узконаправленного профессионального выбора. Одни и те же склонность и способности можно реализовать в разных профессиях; так, имея склонность к общению с детьми, можно стать воспитателем в яслях и детском саду, учителем в школе, педиатром.

Мотивы выбора места работы Здесь речь скорее должна идти о «внешних» и «внутренних» факторах (мотиваторах), которые рас-

считаются человеком в процессе принятия решения – куда лучше пойти работать. В основном это касается оценки внешней ситуации, своих возможностей и состояния, соответствия выбираемой работы профессии, своим интересам и склонностям.

При исследовании использовалась методика «Определение мотивации в работе» (тест Ф. Герцберга (Герцберга), адаптация Н. Типатова).

В этом тесте 4 шкалы относятся к гигиеническим факторам и 4 шкалы к мотивационным факторам. И шкалы так же сравниваются друг с другом. То есть происходит относительное ранжирование по важности для респондента каждой шкалы по сравнению с другими шкалами – что для респондента важнее, интереснее, предпочтительнее на сегодня.

А – финансовые мотивы (внешние) – гигиенический фактор

В – общественное признание (внешние) – гигиенический фактор

С – ответственность работы (внутренние) – мотиватор

Д – отношение с руководством (внешние) – гигиенический фактор

Е – карьера, продвижение по службе (внутренние) – мотиватор

Г – достижение личного успеха (внутренние) – мотиватор

Н – содержание работы (внутренние) – мотиватор

И – сотрудничество в коллективе (внешние) – гигиенический фактор

Проведя, исследование мы получили следующие данные (таблица).

Номер бланка	пол	возраст	курс	Герцберг							
				а	в	с	д	е	г	н	и
4	1	19	1	31	13	6	25	26	15	20	4
1	1	18	1	20	19	9	19	19	21	23	10
19	1	18	1	19	19	9	10	19	17	21	26
39	1	21	4	19	16	14	10	18	24	26	13
26	1	21	4	22	14	18	18	17	22	18	11
18	1	20	1	11	16	20	10	13	19	29	22
29	1	21	4	28	16	21	13	20	14	18	10
Хср						13,86					
6	2	17	1	19	29	7	14	7	19	25	20
21	2	21	4	23	23	10	16	15	17	16	20
3	2	19	1	20	16	10	16	14	26	29	9
5	2	18	1	29	15	10	24	14	17	16	15
23	2	20	4	13	13	15	16	23	22	16	22
2	2	18	1	19	16	15	16	15	20	23	16
7	2	19	1	17	16	16	6	11	20	31	23
22	2	21	4	13	13	18	20	14	22	21	19
Хср						14,43					

Выборка состоит из 14 человек, из них 7 мужчин и 7 женщин, в возрасте от 18 до 21 года, что входит в период юности.

К.В. Смолина
Представительство РГППУ,
г. Краснотурьинск

Влияние социально-психологического климата на трудовой коллектив

Социально-психологический климат – это психологический настрой в группе, который отражает характер взаимоотношений между людьми, преобладающий тон общественного настроения, уровень управления, условия и особенности труда и отдыха в данном коллективе.

В условиях современной научно-технической революции постоянно растет интерес к явлению социально-психологического климата коллектива. Актуальность данной проблемы диктуется прежде всего возросшими требованиями к уровню психологической включенности индивида в его трудовую деятельность и усложнением психической жизнедеятельности людей, постоянным ростом их личностных притязаний. Совершенствование социально-психологического климата коллектива – это задача развертывания социального и психологического потенциала общества и личности, создания наиболее полноценного образа жизни людей. Формирование благоприятного социально-психологического климата трудового коллектива является одним из важнейших условий борьбы за рост производительности труда и качество выпускаемой продукции. Вместе с тем, социально-психологический климат является показателем уровня социального развития коллектива и его психологических резервов, способных к более полной реализации. А это, в свою очередь, связано с перспективой возрастания социальных факторов в структуре производства, с совершенствованием как организации, так и условий труда. От уровня оптимальности социально-психологического климата каждого отдельного трудового коллектива во многом зависит и общая